

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1. *Social Contract Theory*

Teori kontrak sosial dalam teori dasarnya adalah kesepakatan untuk memusatkan kepemimpinan pada seseorang yang berhak untuk memimpin (Hobbes, 1651). Jika di ibaratkan maka kontrak sosial dapat kita analogikan sebagai perusahaan dan masyarakat. Teori legitimasi juga dapat didasarkan pada kontrak sosial yaitu antara institusi sosial dan masyarakat (Ahmad, N.N.N., & M. Sulaiman, 2004) oleh sebab itu teori kontrak sosial berkaitan erat dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* oleh perusahaan. Crowther (2008) menyatakan dalam bukunya yang berjudul *Corporate Social Responsibility*, bahwa di masa sekarang kontrak sosial semakin terkenal dan digunakan untuk menjelaskan hubungan antara sebuah perusahaan dan masyarakat, dalam sudut pandang ini perusahaan memiliki kewajiban terhadap masyarakat sebagai imbalan kepada masyarakat untuk tempat perusahaan tersebut di masyarakat (Crowther, D., & G. Aras, 2008). Tentu saja dilihat dari hal tersebut, perusahaan seolah olah memiliki kontrak sosial dengan masyarakat sejak berdirinya perusahaan tersebut walaupun kontrak tersebut tidak tertuang dalam tulisan. Salah satu cara perusahaan dalam memenuhi kewajiban kontrak tersebut adalah dengan melakukan tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility*.

2.1.2. *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility secara Bahasa berarti tanggung jawab sosial

yang dilakukan perusahaan. Suharto (2008) di bukunya yang berjudul “Pekerjaan Sosial di Dunia Industri : Memperkuat *Corporate Social Responsibility*” mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai perusahaan yang tidak semata mata berorientasi pada profit secara finansial tetapi juga berniat untuk pembangunan sosial ekonomi kawasan dengan menyeluruh, melembaga dan secara berkelanjutan (Suharto, E., 2008). *Corporate Social Responsibility* juga bisa didefinisikan sebagai komitmen perusahaan meningkatkan kesejahteraan komunitas dengan cara praktik bisnis yang baik dan mengontribusikan sebagian sumber dayanya (Kotler, P. L., & Nancy, 2005). Berdasarkan pernyataan-pernyataan tersebut dapat kita artikan bahwa *Corporate Social Responsibility* adalah cara perusahaan bertanggung jawab kepada pihak-pihak yang terkait dengan perusahaan tersebut. Ada beberapa cara yang digunakan untuk mengukur CSR yang diungkapkan perusahaan. Cara yang digunakan didalam penelitian ini adalah dengan menggunakan indeks GRI G4 yang didalamnya ada beberapa kategori yaitu ekonomi, lingkungan dan ketenagakerjaan. Kategori tersebut terdiri beberapa item yang akan digunakan sebagai indikator mengukur pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Semakin banyak perusahaan mengungkapkan CSR yang dilakukan oleh perusahaan sesuai dengan item-item tersebut, semakin tinggi pula persentase pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut.

2.1.3. Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba dalam hubungan dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Profitabilitas adalah gambaran dari keberhasilan operasional perusahaan berupa hasil akhir dari

sejumlah keputusan yang telah diambil oleh manajemen perusahaan (Afriyanti, M., 2011). Dalam hal ini profitabilitas dapat diartikan sebagai alat ukur dalam tingkat keberhasilan operasional dari perusahaan itu sendiri. Banyak cara untuk mengukur profitabilitas, tetapi di penelitian ini akan digunakan ROA dan ROE untuk mengukur profitabilitas perusahaan. ROA sendiri berarti *Return On Asset* yang dapat diukur dengan membagi laba bersih dengan total aset yang dimiliki perusahaan, sementara ROE sendiri berarti *Return On Equity* yang dapat diukur dengan laba bersih dibagi dengan total ekuitas yang dimiliki perusahaan.

2.1.4. Perubahan Harga Saham

Saham menurut Lawrence (2000) adalah bentuk paling murni dari kepemilikan perusahaan (Lawrence, J. G., 2000). Tentunya kepemilikan tersebut bisa berpindah tangan tergantung pemiliknya. Biaya yang terjadi untuk kepemilikan itulah yang disebut dengan harga saham. Harga saham tidak selamanya tetap dan bisa berubah-ubah sesuai operasional yang terjadi dengan perusahaan yang mengeluarkan saham tersebut. Harga tahun kedua dikurangi dengan harga tahun pertama maka itulah yang akan menjadi perubahan harga saham tersebut.

2.2. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Putri (2013) meneliti tentang “Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2010-2012”, ia memproksikan profitabilitas dengan ROA, ROE dan NPM. Ia mengambil sampel perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI. Ia menemukan bahwa adanya

pengaruh signifikan positif terhadap CSR yang dipengaruhi ROA dan NPM yang berarti jika semakin besar ROA dan NPM perusahaan, maka semakin besar pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan tersebut (Putri. E. W. R, 2014). Ia juga menemukan bahwa adanya pengaruh signifikan negatif terhadap ROE pada pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan.

Hermawan (2014) meneliti tentang “*Profitability And Corporate Social Responsibility: Analysis Of Indonesia’s Listed Company*” mereka menemukan bahwa Pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan sama sekali tidak dipengaruhi profitabilitas (Hermawan. S. M., & S. G. Mulyawan, 2014) . Ia memproksikan profitabilitas dengan ROA, ROE dan NPM. Hal ini tentu berlawanan dengan penelitian yang dilakukan Putri (2014) yang menyatakan adanya signifikansi pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan.

Saputra (2016) meneliti tentang “Pengaruh Leverage, Profitabilitas Dan Size Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Di Bursa Efek Indonesia” kesimpulan penelitian ini menyatakan bahwa hubungan profitabilitas dengan proksi ROA tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah pengungkapan CSR (Saputra, S.E., 2016), hasil ini tentunya berlawanan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri (2014), yang menyatakan bahwa ROA berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR dan sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hermawan (2014) bahwa pengaruh ROA tidak signifikan.

Lee (2016) meneliti tentang “*The Effects Of Corporate Social Responsibility*

on profitability: the moderating roles of differentiation and outside investment” ia menunjukkan adanya hubungan positif antara Corporate Social Responsibility dengan ROA (Lee, S. and Jung, H., 2016). Ia mengujinya menggunakan sampel dengan perusahaan manufaktur korea .

Jayanti (2018) meneliti tentang “Pengaruh *Good Corporate Governance* Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2016)” mereka menemukan bahwa Profitabilitas akan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan jika diuji secara bersama sama dengan unsur unsur yang ada dalam *Corporate Governance*. Akan tetapi jika hanya ROA diuji secara independen, maka ROA tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan (Jayanti. R. K., & A. Husaini, 2018).

Sulistina (2017) meneliti tentang “Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Rasio Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia” ia menemukan bahwa jumlah pengungkapan tanggung jawab sosial mempengaruhi harga saham yang akan memunculkan reaksi dari stakeholder (Sulistina. I, 2017). Dan pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan berpengaruh terhadap harga saham.

Hidayansyah. F. P., et. al, (2015) meneliti tentang “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan dan Harga Saham pada Sektor Properti di Bursa Efek Indonesia” dalam penelitiannya dihasilkan bahwa investor dalam membeli saham pada perusahaan sektor property tidak

memberikan prioritas penilaian terhadap aspek CSR sehingga pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap harga saham (Hidayansyah, F. P., et al., 2015).

2.3. Perumusan Hipotesis

2.3.1. Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan

ROA adalah salah satu rasio yang dapat digunakan untuk mengukur kemampuan menghasilkan laba bersih didasarkan pada tingkat aset yang tertentu (Halim, A. & M. M. Hanafi, 2009). Berarti jika semakin tinggi ratio ini maka akan semakin tinggi efisiensi manajemen aset. Semakin besar ROA, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai oleh perusahaan tersebut dan semakin baik pula posisi perusahaan tersebut dari segi penggunaan aset. Manajemen aset yang bagus berarti akan mendukung kegiatan operasional yang bagus dan akan lebih memungkinkan untuk menghasilkan profitabilitas yang tinggi (Latifah, S.W. & Luhur, M.B., 2017). Meek (1995) menyatakan bahwa perusahaan dengan profit yang tinggi maka akan cenderung akan lebih mengungkapkan informasi akuntansinya (Meek, K. G., et al., 1995). Penelitian yang dilakukan oleh Putri (2014), menunjukkan adanya pengaruh signifikan positif antara ROA dengan pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Penelitian ini menemukan bahwa semakin besar ROA yang dihasilkan, semakin banyak pula pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan (Putri, R.W.E. & Baridwan, Z., 2013). Hubungan positif antara ROA dengan pengungkapan CSR juga dinyatakan oleh Lee heungjun yang ia lakukan di perusahaan manufaktur yang ada di Korea, hasilnya ada pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan sangat berkaitan dengan ROA perusahaan (Lee, S. and Jung, H., 2016). Oleh karena itu Hipotesis yang didapat adalah:

H_{1a}: ROA berpengaruh positif terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility perusahaan.

Rasio ROE adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan dana yang telah di investasikan oleh investor. Dalam penelitiannya ia menjelaskan bahwa tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan di pengaruhi oleh besar kecilnya ROE yang dihasilkan. ROE sendiri dipengaruhi oleh ROA dan tingkat leverage keuangan perusahaan (Halim, A. & M. M. Hanafi, 2009) Karena ROA di hipotesiskan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR maka dari itu hipotesis yang didapat adalah :

H_{1b}: ROE berpengaruh positif terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility perusahaan.

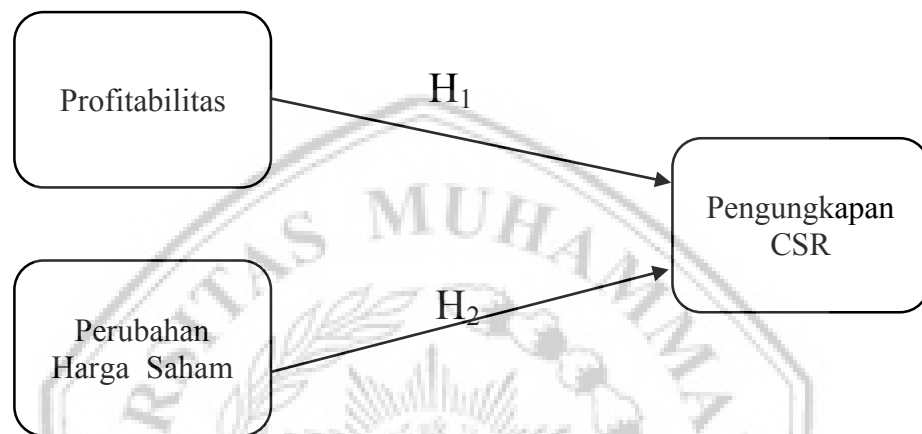
2.3.2. Pengaruh perubahan harga saham terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan

Tentunya ada beberapa faktor yang mempengaruhi harga saham , salah satunya adalah jika ada investor yang ingin menawar harga saham yang lebih tinggi daripada harga saham yang akan ditawarkan perusahaan. Agar investor tertarik tentunya perusahaan harus menjaga image baik akan perusahaan itu sendiriri. Salah satu cara perusahaan menjaga nama baiknya tentunya dengan melakukan *Corporate Social Responsibility* yang baik. Sesuai dengan penelitiannya bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial mempengaruhi harga saham dan memunculkan reaksi dari stakeholder (Sulistina. I., 2017). Oleh sebab itu hipotesis yang diperoleh adalah:

H₂: Perubahan harga saham berpengaruh positif terhadap pengungkapan

Corporate Social Responsibility perusahaan.

2.4. Rerangka Pemikiran



Gambar 2.1. Rerangka Pemikiran